

admin
19 Μαΐου 2021

Η Αντιπεριφερειάρχης Νοτίου Αιγαίου μιλά για το νέο Επιχειρησιακό Σχέδιο Δράσης με στόχο τη δημιουργία μιας ισχυρής Περιφερειακής Τουριστικής Ταυτότητας του Νότιου Αιγαίου



Αρκεί ο ήλιος και η θάλασσα; Η γαστρονομία, το island-hopping, ο θεματικός τουρισμός είναι μερικές από τις πτυχές του ιδιαίτερου τουριστικού προϊόντος των νησιών στις οποίες θα εστιάσει η προβολή της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Ενόψει της καλοκαιρινής περιόδου και λίγο αφότου εγκρίθηκε το Επιχειρησιακό Σχέδιο Δράσης για την Τουριστική Προβολή της περιφέρειας, η Άρτεμις Τζίτζη συζητά με την Αντιπεριφερειάρχη Ελευθερία Φτακλάκη για τους άξονες της επικοινωνίας ενός από τους δημοφιλέστερους ταξιδιωτικούς προορισμούς στην Ευρώπη

Ποιος είναι ο βασικός άξονας της τουριστικής προβολής της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου;

Στρατηγικά, θέλουμε μέσα στα επόμενα χρόνια, η περιφέρεια Ν. Αιγαίου να αποτελέσει έναν από κορυφαίους διεθνείς τουριστικούς προορισμούς. Για αυτό προβήκαμε στη δημιουργία ταυτότητας προορισμού (destination Brand) για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, ως τουριστικού προορισμού. Για να το επιτύχουμε αυτό δημιουργούμε ένα Ολοκληρωμένο Σύστημα Προώθησης του Προορισμού (Destination Marketing Organization) που θα επιτρέψει στην Περιφέρεια μας να αποκτήσει ένα δυναμικό destination brand, θα τη βοηθήσει να γίνει πιο αναγνωρίσιμη στην τουριστική αγορά και κατά συνέπεια θα κάνει ευκολότερη την προώθηση των επικοινωνιακών μας στόχων, με μότο «Τα νησιά του Αιγαίου με το Απέραντο Γαλάζιο» (Aegean islands- Endless Blue).

Στοχεύουμε στη δημιουργία μιας ισχυρής Περιφερειακής Τουριστικής Ταυτότητας που θα διασύνδξει και τους τρεις παραγωγικούς τομείς της τοπικής μας οικονομίας. Το τρίπτυχο: Παραδοσιακά Προϊόντα, Παραδοσιακές Τέχνες και Πολιτισμός θα αποτελέσει την εμβληματική μας προτεραιότητα στην ανάδειξη του προορισμού. Εφέτος, στην επικοινωνιακή μας πολιτική και στην ανάπτυξη των δράσεων προβολής (εκθέσεις, εκδηλώσεις, workshops, κα) η γαστρονομία των νησιών μας (Aegean Cuisine) και ο πολιτισμός μας θα έχουν την πρωτοκαθεδρία με στοχευμένες και πιλοτικές δράσεις για την προώθηση, την ανάδειξη της ταυτότητα και παράδοσης των νησιών μας και της διασύνδεσης τους με την ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας.

Η ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, η ανάπτυξη των αγορών και η προσέλκυση νέων,

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ - 30 Σεπτεμβρίου 2023

<https://www.pnai.gov.gr/archives/oldposts/stochos-mas-einai-i-perifereia-notiou-aigaiou-na-apoktisei-ena-dynamiko-destination-brand-synentefxi-tis-antiperifereiarchi-el-ftaklaki-sto-periodiko-athinorama>

η άμβλυνση της εποχικότητας- η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η ανάπτυξη του κάθε νησιού ως αυτόνομου προορισμού με την οικοδόμηση της δικής του ταυτότητας, και η ανάδειξη του προορισμού στις τουριστικές αγορές (εσωτερικού και εξωτερικού) αποτελούν βασικούς στόχους της επικοινωνιακής μας πολιτικής.

Η δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος με δράσεις προσέλκυσης μεταφορικών εταιριών αποτελεί μια επίσης βασική στόχευση της στρατηγικής μας. Ειδικότερα, στο επιχειρησιακό μας σχέδιο δράσης 2013-2014 έχουμε εντάξει δράσεις που αφορούν στην προσέλκυση αεροπορικών εταιριών και δράσεις προσέλκυσης της κρουαζιέρας και του θαλάσσιου τουρισμού.

Η δημιουργία μηχανισμών επιστημονικής παρακολούθησης του τουρισμού στην περιφέρεια Ν. Αιγαίου, όπως είναι το **Παρατηρητήριο Αειφόρου Τουρισμού για το Αιγαίο** που δημιουργούμε κάτω από την ομπρέλα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και που αποτελεί το πρώτο στην Ευρώπη, η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης διαδικτυακής πλατφόρμας για την τουριστική προβολή των νησιών μας, η ανάπτυξη ενός Think Tank με νέους επιστήμονες της περιοχής μας, αποτελούν εξίσου προτεραιότητες μας για το 2013- 2014.

Η παρουσία των νησιών του Ν. Αιγαίου στις κύριες εκθέσεις τουρισμού, η διοργάνωση εκδηλώσεων, road shows, workshops, η υποδοχή και φιλοξενία fam trips και press trips, με οργάνωση πολιτιστικών και άλλων εκδηλώσεων, η προβολή, οι καταχωρήσεις στα MME, η επικοινωνία μέσω των social media, η συμμετοχή σε διεθνή φόρα και οργανισμούς, η συνεργασία με πανεπιστήμια και φορείς τουρισμού για έρευνα, ανάλυση του ανταγωνισμού και των αναγκών της αγοράς, τα εργαλεία που αναπτύσσουμε για κάθε νησί ξεχωριστά ως αυτόνομο τουριστικό προορισμού, αποτελούν βασικές δράσεις του επιχειρησιακού μας σχεδίου για τον τουρισμό.

Οι δράσεις μας είναι παρά πολλές, καινοτόμες και με όρους του σύγχρονου μάρκετινγκ και επικοινωνίας. Για εμάς πολύ σημαντικό είναι να υπάρξει η συνεργασία με το κράτος, τους ΟΤΑ και όλους τους εμπλεκόμενους φορείς του τουρισμού. Για αυτό άλλωστε και το μότο μας είναι τα τρία ΣΣΣ: Συντονισμός,-Συνέργειες -Συνεργασίες.



**Θα υπάρξουν τα οικονομικά μέσα για την πραγματοποίηση των προγραμμάτων;
Προβλέπεται σύστημα χορηγιών;**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ - 30 Σεπτεμβρίου 2023

<https://www.pnai.gov.gr/archives/oldposts/stochos-mas-einai-i-perifereia-notiou-aigaiou-na-apoktisei-ena-dynamiko-destination-brand-synentefxi-tis-antiperifereiarchi-el-ftaklaki-sto-periodiko-athinorama>

Το προτεινόμενο Επιχειρησιακό Σχέδιο Δράσης για την Τουριστική Προβολή της περιφέρειας Ν. Αιγαίου 2013-2014 είναι φιλόδοξο, στοχευμένο και κοστολογημένο. Οι πόροι που θα χρησιμοποιηθούν προέρχονται κυρίως από το ΕΣΠΑ Κρήτης και Νήσων Αιγαίου 2007-2013 -Πράξη Προβολή Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου, από ιδίους πόρους της περιφέρειας και σαφώς από χορηγίες και συνεργασίες.

Οι συνέργειες και η συμπληρωματικότητα των δράσεων με τους Δήμους και τους τουριστικούς φορείς της περιοχής θα αποφέρει μια σημαντική μείωση της δαπάνης και μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία του τελικού προϊόντος, που είναι η ανάδειξη των νησιών της περιφέρειας Ν. Αιγαίου στη διεθνή τουριστική αγορά και η καθιέρωση τους ως ελκυστικούς προορισμούς.

Έχετε ανακοινώσει καινούργιο ολοκληρωμένο πρόγραμμα προώθησης προορισμού με βασικούς άξονες τη στροφή στον ποιοτικό τουρισμό, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και το Island Hoping. Θα θέλατε να μας πείτε τι περιεχόμενο δίνετε στην έννοια ποιοτικός τουρισμός;

Η έννοια του ποιοτικού τουρισμού δεν είναι φράση «κλισέ» αλλά αποτελεί στρατηγική ανάπτυξης για κάθε νησί ξεχωριστά και για το σύνολο της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου. Στις μέρες μας ο τουρίστας ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο για την ποιότητα, αναζητά προσωπικές εμπειρίες και δημιουργία συναισθημάτων και απαιτεί να ικανοποιήσει διαφορετικές ανάγκες που έχουν να κάνουν με την κουλτούρα, τον πολιτισμό, τη γαστρονομία, τη ψυχαγωγία κλπ.

Στόχος του μάρκετινγκ που σχετίζεται με την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος στο Ν. Αιγαίο είναι η διατήρηση της διαφορετικότητας, η προβολή της αλλά και η εξασφάλιση της δυνατότητας πρόσβασης σ' αυτή. Η ανάδειξη του τρόπου ζωής στα νησιά μας, της αυθεντικότητας και των εμπειριών είναι το πιο δυνατό και ποιοτικό ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα.

Η συστηματική ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς, η ορθολογική αξιοποίηση των πόρων, η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, η κατάταξή μας σε υψηλές θέσεις ανάμεσα στους ελκυστικούς προορισμούς είναι αποτέλεσμα αλλά και προϋπόθεση της ποιοτικής αναβάθμισης και δεν είναι άλλο από μια διαδρομή αιφροδίας.

Η εκπαίδευση και η καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης έχουν κυρίαρχο ρόλο στο θέμα της ποιοτικής αναβάθμισης. Ως περιφέρεια ανταποκρινόμαστε στις ανάγκες της αγοράς και εκπαιδευούμε εργαζόμενους στον τουριστικό τομέα τόσο στην απόκτηση εξειδικευμένων δεξιοτήτων

όσο και στην εκμάθηση στις νέων γλωσσών που έχουν προκύψει τα τελευταία χρόνια όπως η ρωσική.

Η διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος και της ζωής είναι επίσης προϋπόθεση για την αναβάθμιση. Η αειφόρος διαχείριση περιλαμβάνει τον αειφόρο εμπλουτισμό, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας που είναι στοιχείο της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος.

Τι μέτρα θα λάβετε για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου;

Η έντονη εποχικότητα που χρόνο με το χρόνο επιδεινώνεται, αποτελεί μεγάλο πρόβλημα για την επιβίωση των επιχειρήσεων και της τοπικής οικονομίας σε κάθε νησί. Η κρίση εφέτος με την καθυστέρηση της έναρξης της τουριστικής σεζόν λόγω των δυο εκλογικών αναμετρήσεων, κατέδειξε πόσο ευάλωτο είναι το τουριστικό προϊόν στο κλίμα ανασφάλειας και πολιτικής αβεβαιότητας. Παρ' όλα αυτά μόλις αποκαταστάθηκε το κλίμα, βιώσαμε τη ικανότητα του τουρισμού να επανακάμπτει γρήγορα και δυναμικά και επανήλθε σημαντικά η ροή των πωλήσεων στους λίγους μήνες λειτουργίας. Από το 2012, διδαχθήκαμε ότι η επιβίωσή μας είναι δική μας υπόθεση στο πιο μεγάλο μέρος και εμείς ως Περιφέρεια Ν.Αιγαίου έχουμε την υποχρέωση και δύναμη να αγωνιστούμε για την ανάπτυξη του πιο όμορφου προορισμού που είναι το «απέραντο Αιγαίο».

Η αντιμετώπιση της έντονης εποχικότητας με λύσεις μόνιμες που αντιστοιχούν στην ανάπτυξη μέσα από την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου αποτελούν προτεραιότητα του Στρατηγικού μας Σχεδιασμού καθώς η επιμήκυνση είναι πλέον όρος επιβίωσης για όλους τους εμπλεκόμενους στην τουριστική βιομηχανία, για την διατήρηση του κοινωνικού ιστού, για την ευημερία του κάθε νησιού.

Για να το επιτύχουμε στοχεύουμε σε δράσεις εξωστρέφειας σε όλα τα επίπεδα και επιστρατεύουμε τα δυνατά σημεία μας, που είναι ο πολιτισμός, η γαστρονομία, η ποιότητα των υποδομών και των παρεχομένων υπηρεσιών, το περιβάλλον, οι κλιματολογικές μας συνθήκες και το ανθρώπινο κεφάλαιο για να κερδίσουμε τις αγορές της χαμηλής περιόδου. Σχεδιάζουμε δράσεις προβολής κάθε τουριστικού προϊόντος σε αντίστοιχα στοχευμένα κοινά της αγοράς, π. χ. τουρισμός της τρίτης ηλικίας, μαθητικό τουρισμό, θρησκευτικό τουρισμό, πολιτιστικό, γαστρονομικό, αθλητικό, ιατρικό τουρισμό, τουρισμό κινήτρων κλπ.

Τα εργαλεία που χρησιμοποιούμε είναι οι δημόσιες σχέσεις, η διοργάνωση δράσεων (road shows, fam trips, press trips), η συμμετοχή σε εκθέσεις, τα κοινωνικά δίκτυα, η νέα διαδικτυακή πλατφόρμα τουριστικής προβολής της περιφέρειας , η τεχνολογία σε όλα τα επίπεδα.

Πρωθούμε έναν Απρίλιο, Οκτώβριο, Νοέμβριο λουσμένους με το φως του Αιγαίου, τα ζεστά νερά της θάλασσας, τα βήματα της ιστορίας, τους θησαυρούς των μουσείων, τους ήχους των καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, τις μυρωδιές των γεύσεων, τα χρώματα των windsurfing, τα προσκνήματα στις εκκλησίες και τα μοναστήρια μας, τη γνωριμία με τα μοναδικά ενδημικά είδη μας, την υπέροχη χλωρίδα, την ποικιλία των τοπικών προϊόντων, τους ανέμελους περιπάτους, τις φιλοσοφικές συζητήσεις, τις σχολικές συναντήσεις, τα χαμογελαστά πρόσωπα, τις ζωντανές πόλεις, τα ανοικτά καταστήματα, τα ανοιχτά ξενοδοχεία, τη φιλόξενη ατμόσφαιρα του Νότιου Αιγαίου.



Με ποιους τρόπους θα δώσετε έμφαση στο Island Hopping; Η συγκοινωνιακή υποδομή στο Νότιο Αιγαίο και ιδιαίτερα στα Δωδεκάνησα είναι πρόσφορες για το Island Hopping;

Η πολυμορφία και οι αντιθέσεις των νησιών στο Νότιο Αιγαίο καθώς και οι μικρές μεταξύ τους αποστάσεις παρακινούν σημαντικό ποσοστό επισκεπτών να επιδοθούν σε «Island Hopping», δηλ. σε συνδυασμένες επισκέψεις διαφορετικών νησιών στο πλαίσιο του ίδιου ταξιδιού διακοπών.

Η βασική αφήγηση που θα αναπτυχθεί προς τους Έλληνες και τους ξένους επισκέπτες μας είναι το island hopping ως ισχυρό στοιχείο διαφοροποίησης των διακοπών στα νησιά του Αιγαίου σε σύγκριση με τους άλλους προορισμούς της Μεσογείου. Ακόμη κι αν κάποιος αναγνώστης ή θεατής δεν παρακινηθεί να κάνει διακοπές αυτής της μορφής, θα λάβει το μήνυμα της ποικιλομορφίας και των πολλών αντιθέσεων που χαρακτηρίζουν τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου.

Μέσα από τα εργαλεία προβολής που θα χρησιμοποιήσουμε ως περιφέρεια (site, social media, οπτικοακουστικό υλικό, ντοκιμαντέρ, κ.α), θα προωθήσουμε μια γκάμα από ελκυστικές ταξιδιωτικές εμπειρίες ειδικών ενδιαφερόντων καθώς και διαφορετικές προτάσεις και αφορμές για επίσκεψη στα νησιά του Αιγαίου. Θα προβληθούν δραστηριότητες στη φύση (π.χ. πεζοπορία και αναρριχήσεις), πολιτιστικές εξερευνήσεις, σημαντικές γιορτές και εκδηλώσεις (π.χ. πασχαλινοί εορτασμοί και πανηγύρια) κ.ά. Θα υπάρξουν αναφορές με συγκεκριμένα παραδείγματα ότι οι διακοπές στα μικρότερα νησιά της Δωδεκανήσου και των Κυκλάδων – ακόμη και στο πλαίσιο ενός ταξιδιού island hopping – είναι προσιτές καθώς και πρακτικές οδηγίες για ακτοπλοϊκές μετακινήσεις.

Σαφώς και ένα τέτοιο εγχείρημα συναρτάται άμεσα από τις μεταφορές (θαλάσσιες και αεροπορικές)

και σίγουρα η απουσία ολοκληρωμένης ακτοπλοϊκής διασύνδεσης των νησιών μας, είναι ένα πρόβλημα. Ένα πρόβλημα που δυστυχώς δεν μπορεί να επιλυθεί από την περιφέρεια και που σίγουρα μεσούσης της κρίσης είναι πολύ δύσκολο να βελτιωθεί. Για αυτό και εμείς θα προσαρμόσουμε τις επιλογές του island hopping σε ρεαλιστικά δεδομένα, δηλ. εκεί που υπάρχουν δυνατότητες διασύνδεσης των νησιών.

Αυτόν τον καιρό γίνεται πολύς λόγος για το Έτος γαστρονομίας στη Σαντορίνη. Θα μπορούσε ο θεσμός αυτός να λειτουργήσει πιλοτικά για την ανάδειξη της γαστρονομίας άλλων νησιών;

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά των νησιών μας βρίσκεται στους καρπούς της γης, τα προϊόντα υψηλής ποιότητας και τις γεύσεις της κουζίνας του Αιγαίου. Στόχος μας είναι η γαστρονομία των νησιών του Αιγαίου να κερδίσει τις διεθνείς αγορές με τις γεύσεις και τα αρώματα σε συνδυασμό με τα πολύτιμα συστατικά των προϊόντων μας που δίνουν μακροζωία και υγεία.

Για αυτό, το «2013- Έτος Γαστρονομίας στη Σαντορίνη» που αποτελεί μια πολύ σπουδαία πρωτοβουλία του Δήμου Σαντορίνης και τελεί υπό την αιγίδα της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου, καθώς θεωρούμε πως αποτελεί μια εμβληματική δράση που σηματοδοτεί τη στροφή του τουριστικού μας προϊόντος και σε άλλους θεματικούς τομείς που συναρτώνται με την κουλτούρα, την παράδοση και τα ποιοτικά προϊόντα των νησιών μας.

Ως περιφέρεια έχουμε εντάξει στο Στρατηγικό μας Σχεδιασμό για το 2013-2014 την ανάδειξη της γαστρονομίας και της Αιγαιακής κουζίνας (Aegean cuisine) των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων, ως μία μορφή θεματικού τουρισμού. Επομένως, ενισχύουμε και στηρίζουμε δράσεις όπως το «2013 - Έτος Γαστρονομίας στη Σαντορίνη» καθώς συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων μας και είμαι σίγουρη πως αντίστοιχες δράσεις θα αναληφθούν και από άλλα νησιά του Ν. Αιγαίου.

Βλέπετε άλλα εξειδικευμένα concepts στα νησιά της περιφέρειας σας;

Κάθε νησί του Ν. Αιγαίου έχει το δικό του μοναδικό χαρακτήρα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και βάση αυτών των χαρακτηριστικών, ήδη αναδεικνύονται θεματικές μορφές τουρισμού όπως ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αναρριχητικός τουρισμός, ο καταδυτικός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο γεωλογικός τουρισμός, κ.α. Σίγουρα λοιπόν θα μπορούσε σε κάθε νησί, να δημιουργηθεί ένα concept αντίστοιχο με αυτό της Σαντορίνης. Επειδή θεωρώ δεδομένη την επιτυχή έκβαση του εγχειρήματος -γνωρίζω τον επαγγελματισμό των εμπλεκόμενων παραγόντων, εκτιμώ πως το concept της Σαντορίνης, θα δημιουργήσει ένα θετικό προηγούμενο και θα συμβάλλει στην δημιουργία ανάλογων ενεργειών που θα προβάλλουν την ιδιαίτερη ταυτότητα και των άλλων νησιών (destination brand)..

Αρτεμης Τζιτζη atzitzi@athinorama.gr